责编 刘洋 美编 贾丛丛 责校 杨志强 电话:64101880 kuaijiaogao@163.com

快狗打车1元“甩卖”内地业务

快狗打车最终还是扛不住了。近日,快狗打车发布公告,拟以1元人民币出售中国内地业务,业务重心转向中国香港及其他海外市场,不再以“快狗打车”品牌经营中国内地任何业务。短短四年时间,快狗打车的港股估值已蒸发超百亿港元。

老对手撤退了,留在牌桌上的货拉拉并不轻松:滴滴货运、满帮两大巨头围追堵截,公司上市前景未卜,外部监管趋严,每一道关卡都不好过。同城货运的故事该如何讲下去?

快狗打车2026年上半年核心财务指标一览

指标	2026年上半年	2025年上半年	同比变动
营业收入	2.93亿元	3.28亿元	-10.9%
毛利	8741万元	9325万元	-6.3%
毛利率	29.9%	28.4%	+1.5个百分点
期内亏损	7120.5万元	1.14亿元	收窄37.3%
经调整净亏损	2385.8万元	7446万元	收窄68%



重心转向 拟更名“GOGO科技”

与货拉拉缠斗了十年之久的快狗打车,选择将市场拱手让人。根据公告,近日公司与独立第三方Crestpoint Investment Limited订立买卖协议,有条件同意出售目标公司GGEx Holdings Limited的全部已发行股本,代价为1元人民币。该交易构成港交所上市规则项下的主要交易,须经股东批准。交易完成后,目标集团将不再纳入公司合并报表范围。

公告显示,GGEx Holdings Limited直接持有中国快狗打车集团有限公司100%股权。董事会认为,精简集团架构、将资源集中于更符合集团前瞻性策略的市场及业务线,实属必要;从策略规划角度而言,中国内地市场已不再是集团的核心地域重点。出售事项可将管理层注意力及资源重新分配至与集团未来发展更具策略相关性的领域。

据了解,快狗打车放弃中国内地市场后,将把业务重心转移至中国香港及其他海外市场,并在该等市场以“GOGOX”品牌经营。同时,集团不再以“快狗打车”品牌在中国内地经营任何业务。

公告还提及,由于现有中文名称不再反映公司的业务及未来战略方向,且保留该名称可能令股东、潜在投资者及公众对公司业务产生混淆,董事会建议将公司中文名称由“快狗打车控股有限公司”更改为“GOGO科技”,公司英文名称维持不变。

快狗打车拟以1元人民币出售中国内地业务,根源在于内地阵地已经失守。财报显示,今年上半年,快狗打车营收2.93亿元,同比减少10.9%;期内净亏损7120.5万元。分地区看,中国内地市场收入同比萎缩35.7%,由2025年上半年的6840万元降至4400万元;中国香港及海外市场收入约2.49亿元,同比下降4.3%,占总收入的比重升至85%。

难敌价格战 上市即巅峰

快狗打车前身为58速运,隶属于58到家。2017年,58速运与东南亚同城货运及物流平台GOGOVAN合并。2018年,公司正式更名为“快狗打车”。彼时,快狗打车被不少资本看好,也被货拉拉视为重要竞争对手。2015—2021年,快狗打车获得多轮融资,身后站着菜鸟网络、红杉资本、弘润资本等投资方。IPO前夕,淘宝中国与菜鸟仍为快狗打车股东,分别持有12.92%、2.84%的股权。

2022年6月24日,快狗打车以每股21.5港元的发行价赴港上市,首日盘中股价最高达23.15港元/股,市值一度超过137亿港元。但谁也没有料到,这成了快狗打车最后的高光时刻。2023年11月起,阿里巴巴开始减持快狗打车,此后减持频繁。同年12月,公司公告董事长陈小华辞任。

近年来,快狗打车股价持续萎靡不振。Wind数据显示,截至北京商报记者发稿,快狗打车市值仅7394万港元,股价报1.12港元/股,百亿市值已然蒸发。

不仅如此,快狗打车始终未能解决亏损问题。2018—2021年,快狗打车亏损合计超过20亿元。这一局面自滴滴货运2020年6月切入市场后进一步加剧。2022年至2023年上半年,快狗打车亏损近20亿元。

滴滴货运强势入局,直逼货拉拉的软肋:在用户侧推出一分钱拉货、大额优惠券;在司机侧以零会员费、更低的抽佣与保证金争抢货拉拉的司机资源。上线三个多月,滴滴货运在成都、杭州、上海等八城日订单量突破10万单。

“滴滴货运背靠滴滴,烧钱很猛。”一位常在货拉拉平台下单的重庆餐饮商家向北京商报记者回忆称,2021年左右,滴滴货运推出不少1—5折不等的优惠券。彼时,货拉拉暂停优惠,他便开始频繁使用滴滴货运下单。

两大巨头打架,无疑把快狗打车“架在火上猛烤”。货拉拉招股书援引弗若斯特沙利文数据显示,按2021年交易总额计,货拉拉在中国内地市场的份额为52.8%,滴滴货运和快狗打车分别为5.5%、3.2%。2023年4月,另一家头部物流企业满帮上线“省省”App,进入同城货运赛道,挑战货拉拉的市场地位。同城货运竞争更趋白热化,进一步削弱了快狗打车的存在感。

“快狗打车的遗憾之处在于,公司自上市以来,很少采取具有进取性的战略动作,未能维持竞争力,导致大幅落后。”快递行业专家赵小敏向北京商报记者表示,IPO后,快狗打车未展现明显的战略动向或解决核心问题的举措,尤其在服务行业,缺乏市场存在感意味着无法生存。

对手离场 货拉拉仍承压

如今,快狗打车放弃了中国内地市场,货拉拉也彻底熬走了这位对手,但快狗打车抛下的种种难题,依然悬在货拉拉头顶:短短四年时间,“同城货运第一股”折戟,资本对同城货运还有多少期待和耐心?同城货运还有多少故事可讲?

今年5月,货拉拉第七次递交招股书,距离其首次冲刺港股已过去三年。尽管快狗打车已经不再构成威胁,但在滴滴货运、满帮烧钱抢市场的围剿下,货拉拉2023—2025年经调整净利润分别为3.9亿美元、5亿美元和5.6亿美元,增速逐年下滑。毛利率也从2023年的61.2%降至2025年的50.5%。

为了探索更多增长曲线,2023年,货拉拉上线跑腿业务,挤入即时零售赛道。彼时,货拉拉给出的理由是,不少用户已经养成线上呼叫运力配送文件、电子产品等小件物品的消费习惯。

然而,要想撬动美团、顺丰同城的地盘并不容易。一位货拉拉前员工向北京商报记者表示,公司花了很多精力解决跑腿业务中货品丢失的问题,“骑手不好管理,这块业务挑战很大”。

另一层压力来自外部监管。公开信息显示,自2021年起,货拉拉累计被交通运输部、市场监管总局等部门约谈十余次。监管焦点从最初的司机权益保障,逐步升级到反垄断、算法透明等平台经济核心领域。

以同城货运抽成及会员费为主要收入来源的货拉拉,不得不在司机抽成与平台变现之间反复权衡,以兼顾监管部门与司机的诉求。

“货拉拉多次递交招股书未果,对市场信心造成一定打击,导致估值大幅缩水。加之当前港股市场环境,即使货拉拉成功上市,其募资能力和估值水平也将受到限制。”赵小敏认为,货拉拉拓展多元业务,应围绕“大物流”和“大货运”进行上下游延伸,避免资源浪费和低效竞争。

赵小敏进一步指出,未来很长一段时间内,市场竞争将集中于货拉拉、滴滴货运和满帮三家头部企业,同城货运行业的趋势是并购整合。此外,社保合规和劳动者权益将是企业必须面对的问题。

北京商报记者 何倩

图片来源:视觉中国

百年金店折戟锂盐 萃华珠宝退市定局

上市12年的萃华珠宝,因一份难产的年报被强制退市。近日,*ST萃华公告,公司未能按期披露2025年年报,在被实施退市风险警示后两个月内仍无法披露,触及终止上市情形,股票将于10月23日进入退市整理期。深交所终止上市决定落地,这家百年金店的资本市场之路走到尽头。

一切转折始于2022年,萃华珠宝原实控方转让部分股份并放弃表决权后,公司彻底易主。随后,萃华珠宝以6.12亿元收购思特瑞锂业51%股权,跨界押注锂盐赛道,试图跳出传统珠宝的增长天花板,打造“珠宝+锂盐”双主业模式。

然而,这笔远未达到预期收益的跨界投资,直接冲击公司现金流。贷款逾期、银行账户冻结、企业内部管控漏洞等问题接踵而至。叠加证监会立案调查,多重问题交织,最终导致百年金店在一场资本冒险中耗尽信用,走向退市。



失信资本市场 门店经营如常

萃华退市已成定局,但资本信用的崩塌似乎尚未传导至经营端。北京商报记者实地走访了解到,近期萃华珠宝线下门店仍在进行升级改造。清河万象城店此前刚刚完成重装,龙德广场门店也于近日完成店面焕新。对于萃华珠宝退市的消息,多名店员表示,资本市场风波并未波及门店零售业务,门店销售、货源采购均维持正常状态。“退市对门店日常经营没什么影响,尤其是我们加盟店,现在供货、生产都正常,不影响店里卖货。”

今年2月,萃华珠宝公告称,受资金紧张影响,公司及子公司多笔金融机构贷款出现逾期,累计逾期借款本金2.54亿元。多家金融机构就此提起诉讼或仲裁,法院冻结公司及子公司合计45个银行账户,其中包括4个基本户、41个一般户,账户实际冻结资金472万元。同月,萃华珠宝因涉嫌信息披露违法违规被证监会立案调查。

内控漏洞也随之暴露。今年4月,审计机构立信中联会计师事务所在2025年年报监盘工作中发现,公司存货实际库存与账面数据存在重大差异。审计团队完成监盘、访谈等常规程序后,仍无法获取有效审计证据,无法确认公司存货、收入、成本数据的真实性与准确性,导致2025年年报审计工作停滞。

今年5月,萃华珠宝因未按期披露定期报告再次被证监会立案。8月,现任实控人陈思伟、原实控人郭英杰等相关责任方也因涉嫌信息披露违法违规遭证监会立案调查,萃华珠宝的资本信用被彻底击穿。

押注锂盐赛道 6亿豪赌落空

2022年6月,萃华珠宝发布公告,控股股东翠艺投资与具有锂业背景的陈思伟签署《股份转让协议》,后者拟协议受让翠艺投资持有的萃华珠宝3073.87万股股份,转让价格为13.86元/股,总价约4.26亿元。同时,翠艺投资及其一致行动人郭英杰、郭裕春、郭琼雁与陈思伟签署《表决权放弃协议》,约定放弃合计持有的上市公司4964.71万股股份(占上市公司股本总额的19.38%)的表决权。交易完成后,陈思伟成为萃华珠宝实际控制人。

易主5个月后,2022年11月,萃华珠宝公告,拟以现金6.12亿元收购四川思特瑞锂业有限公司51%股权。萃华珠宝在公告中表示,因看好新能源相关产业的市场前景,希望通过本次收购切入新能源锂电行业,布局锂盐产品相关业务。

然而,并表后的锂盐业务业绩并不理想。2023年、2024年,思特瑞锂业净利润分别亏损1.86亿元、6500万元。比持续亏损的锂盐业务更让萃华焦虑的,是不断扩大的债务规模和集中爆发的流动性压力。2022年末,萃华珠宝合并总负债为18.11亿元,到2025年9月末,这一数字已增长至43.07亿元。资产负债率也由2022年末的58.06%升至2025年三季度末的68.78%。

从事珠宝品牌加盟业务多年的金海告诉北京商报记者,萃华珠宝跨界押注锂盐业务,导致公司财务风险大幅上升,最终走向退市。知名危机公关专家、福州公孙策公关合伙人詹军豪也这样认为。“珠宝企业贸然跨界风险极大,大量资金被新业务占用,一旦投资失利,负面舆情会传导至珠宝主业,动摇消费者对品牌资产安全的信任。”在詹军豪看来,黄金珠宝企业跨界的边界在于能否协同主业,重资产、周期波动大的陌生赛道是珠宝品牌应当避开的雷区。

失去上市背书 品牌重塑维艰

尽管门店工作人员表示终端零售暂未受到冲击,但在要客研究院院长周婷看来,退市带来的伤害藏在消费者信任与加盟商信心中。“‘上市公司’是企业重要的信用背书。退市消息容易让普通消费者产生顾虑,担忧企业经营风险、售后保障以及黄金产品保值回购等相关问题,直接影响消费者的选购意愿。”

此外,周婷还表示,加盟商选择合作品牌时也十分看重品牌的对外信用。“失去上市公司身份加持,现有加盟商经营信心会受到冲击,有可能出现缩减上新、保守运营的情况;也会劝退一部分想要入局的潜在加盟商,公司后续将面临渠道拓展受阻、门店收缩的风险。”

周婷认为,退市是企业资本市场身份的终结,但实体品牌业务仍在继续,后续仍需通过塑造清晰的品牌调性、打造文化IP、明确目标客群,提升产品力和精细化运营能力,把百年历史转化成独特的品牌价值和实实在在的市场份额。

詹军豪则从危机公关角度给出建议。他认为,萃华珠宝退市已成定局,当前企业最需要做的,是将资本市场风险与终端消费认知切割开来。“尽管正处在退市的风口浪尖上,但企业此时应主动对外发声,明确退市只意味着丧失上市身份,不影响门店黄金售卖、售后及回购履约,直面消费者顾虑,弱化退市带来的兑付担忧,才能守护百年老字号口碑。”

对于萃华珠宝未来能否重新冲击资本市场,詹军豪认为,理论上存在可能性,但现实障碍重重。除财务合规、持续盈利等硬性要求外,“此前跨界投资失败留下的负面品牌印记很难消除。投资者会质疑管理层战略能力,修复市场信心是萃华珠宝重回资本舞台最大的难关”。

北京商报记者 石春晖

图片来源:视觉中国